

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Partai politik memang sebagai alat perjuangan untuk mengorganisir rakyat dengan tujuan merebut kekuasaan. Tetapi kekuasaan itu seharusnya didasarkan pada suatu ideologi, suatu impian yang membuat kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia. Ideologi dalam partai politik tidak hanya sekedar pengikat lahir dan batin antara para anggotanya, tetapi merupakan rohnyanya suatu partai politik untuk mencapai suatu tujuan besar, bukan tujuan pribadi atau golongan yang sesaat. Tidak adanya ideologi partai-partai politik sekarang ditunjukkan juga oleh adanya segelintir dari kaum intelektual yang dengan mudahnya berpindah-pindah partai yang tidak pernah terjadi pada masa lalu. Atau jika tidak puas dengan partainya maka dengan mudah keluar dan mendirikan partai baru. Anggota-anggota partai politik seperti ini, tidak bisa diandalkan untuk memperjuangkan kepentingan orang banyak, karena hanya sekedar memiliki motivasi untuk memenuhi kepentingan pribadi maupun golongannya.

Menurut Miriam Budiardjo mengemukakan bahwa partai politik merupakan kelompok-kelompok yang terorganisir anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama, tujuan kelompok ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan berebut kedudukan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan mereka.¹ Pasca runtuhnya masa orde baru tersebut, pergerakan kepartaian di Indonesia semakin berwarna. Hal ini

¹ Inu Kencana Syafie dan Azhari. 2005. *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama. Hal.74

ditandai dengan maraknya partai yang muncul dan turut bersaing untuk merebut hati masyarakat dan tentu dengan tujuan utamanya adalah untuk memperoleh kekuasaan melalui pemilu.

Pada tanggal 7 Juni 1999 ini, Indonesia kembali menyelenggarakan pesta demokrasi setelah era reformasi. Pemilu tersebut diikuti oleh 48 partai yang sebelumnya ada 141 partai yang terdaftar di Departemen Kehakiman dan HAM. Hal ini dimungkinkan karena adanya kebebasan untuk mendirikan partai politik. Pemilu tahun 2004, merupakan pemilu pertama yang memungkinkan masyarakat untuk bisa memilih Presiden dan Wakil Presiden secara langsung. Pemilu yang dilaksanakan pada tanggal 5 April 2004 itu diikuti oleh 24 partai politik peserta pemilu. Namun, hanya ada 16 partai politik yang memperoleh kursi di DPR. Kemudian pada tahun 2009, pemilu dilaksanakan pada tanggal 9 April 2009 yang diikuti oleh 38 Partai Nasional dan 6 partai lokal Aceh. Pada pemilu tahun 2014, yang dilaksanakan pada 9 April 2014 diikuti oleh 12 Partai Nasional dan 3 partai lokal Aceh.²

Isu mengenai kesetaraan gender di tingkat parlemen sebenarnya sudah mulai muncul ketika pemilu tahun 2009. Hal itu terbukti dari disahkannya Undang-undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang digunakan sebagai panduan penyelenggaraan pemilu 2009. Pasal 53 mengamanatkan agar partai politik memuat (keterwakilan) paling sedikit 30%

²www.kpu.go.id diakses pada 22 April 2017 Pukul 10:00 WIB

perempuan dalam daftar calon legislatifnya.³ Kemudian pada tahun 2012, pemerintah bersama DPR mengesahkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan perwakilan Rakyat Daerah. Pada pasal 8 ayat 2 huruf e disebutkan bahwa “Menyertakan sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh persen) keterwakilan perempuan pada kepengurusan partai politik.”⁴

Keterlibatan 30% keterwakilan perempuan dimulai dari partai politik terlebih dahulu. Dimana setiap partai harus melibatkan perempuan minimal 30% untuk terlibat dalam kepengurusannya. Pada dasarnya, menjadi pengurus sebuah partai merupakan proses awal sebelum terjun dalam dunia politik yang sebenarnya. Ketika perempuan terlibat dalam kepengurusan partai politik maka secara tidak langsung mendapatkan pendidikan politik sehingga ketika mencalonkan sebagai anggota legislatif, perempuan-perempuan tersebut dapat bekerja sesuai dengan tugas dan fungsinya melalui pengalaman yang sudah didapatkan ketika menjadi pengurus partai politik. Fakta yang terjadi pada partai di tingkat nasional adalah, perempuan-perempuan yang maju dalam pemilu legislatif justru orang-orang yang sebelumnya belum pernah terlibat dalam kepengurusan partai politik, sehingga banyak dari perempuan tersebut tidak bisa menjalankan tugas dan fungsinya sebagai anggota legislatif. Apalagi jika partai mencalonkan perempuan yang sebelumnya berprofesi sebagai publik figur, maka bukan tidak mungkin bahwa partai hanya ingin memperoleh suara melalui popularitas tanpa memperhatikan apakah calon tersebut bisa bekerja dan mengabdikan kepada partainya. Upaya untuk

³ UU No. 10 Tahun 2008

⁴ UU No. 8 Tahun 2012

menyetarakan gender sudah diatur dalam Undang-undang nomor 8 tahun 2012 pasal 55 yaitu “Daftar bakal calon sebagaimana dimaksud dalam pasal 53 memuat paling sedikit 30% keterwakilan perempuan.”⁵

Bakal calon anggota legislatif dari masing-masing partai harus menyertakan minimal 30% keterwakilan perempuan. Hal tu dilakukan sebagai upaya kesetaraan gender agar perempuan juga bisa bersaing dengan laki-laki dalam parlemen. Undang-undang ini disahkan dalam rangka menyongsol Pemilu 2014 dimana tahun 2014 merupakan tahun politik sehingga diharapkan Pemilu tahun 2014 bisa lebih baik daripada Pemilu tahun 2009.

Pesta demokrasi terjadi pada tahun 2014, dimana hajat 5 tahunan tersebut kembali digelar untuk memilih DPR, DPD, DPRD. Pada tahun ini, persaingan antar partai politik sangat terasa untuk bisa menjadi pemenang dalam pesta demokrasi tersebut. Selain itu, adanya koalisi beberapa partai politik juga menambah sengitnya pertarungan untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden. Namun, persaingan partai politik di tingkat pusat yang berkoalisi dalam mendukung calon Presiden dan Wakil Presiden tidak berlaku di lingkungan daerah, dimana di tingkat daerah partai politik yang bersebrangan dalam meengusung calon Presiden dan Wakil Presiden tersebut justru berkoalisi di tingkat daerah. Selain persaingan dalam mengusung calon Presiden dan Wakil Presiden, partai politik juga berlomba-lomba untuk bisa mendapatkan jumlah kursi yang lebih banyak dari partai lain. Partai-partai tersebut bersaing untuk bisa

⁵*Ibid.*,pasal 55

mendapatkan suara di masyarakat dengan mencalonkan beberapa publik figur yang dianggap mampu meningkatkan elektabilitas partai politik.

Dalam pemilihan legislatif tahun 2014 di Jawa Tengah, terdapat 12 partai politik yang turut serta menjadi peserta untuk dapat memperoleh suara di masyarakat. Dimana 12 partai politik tersebut harus bersaing di 10 daerah pemilihan yang ada di provinsi Jawa Tengah. Rapat pleno rekapitulasi hasil perolehan suara menetapkan bahwa, PDIP berada di urutan pertama dengan perolehan 4.295.598 suara disusul oleh GOLKAR dengan 2.497.282 suara dan posisi ketiga PKB dengan 2.305.444 suara.⁶ Dengan demikian, PDIP merupakan salah satu partai dengan pendukung terbanyak di Provinsi Jawa Tengah.

Sedangkan di Kabupaten Pekalongan pada tahun 2014, terdapat 12 partai politik yang bersaing untuk bisa memperebutkan suara. Selain partai politik, calon anggota legislatif juga berlomba-lomba untuk bisa menjadi anggota legislatif terpilih. Berikut tabel peserta pemilihan legislatif Kabupaten Pekalongan tahun 2014.

⁶<http://kpu-jatengprov.go.id/> diakses pada 20 Juni 2017 Pukul 20:00 WIB

Tabel 1.1
Daftar Calon Anggota Legislatif
Kabupaten Pekalongan Tahun 2014

NO	PARTAI POLITIK	JENIS KELAMIN	
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN
1.	Nasdem	19	16
2.	PKB	29	16
3.	PKS	24	20
4.	PDIP	27	17
5.	Golkar	25	14
6.	Gerindra	26	17
7.	Demokrat	19	16
8.	PAN	21	17
9.	PPP	22	15
10.	Hanura	21	15
14.	PBB	8	7
15.	PKPI	1	1
JUMLAH		236	177
JUMLAH TOTAL		413	

Sumber: <https://kpukajen.wordpress.com/>

Jumlah calon anggota legislatif yang terdaftar sebanyak 413 orang tersebut, terdiri dari 236 orang laki-laki dan 177 orang perempuan. Jumlah 30% keterwakilan perempuan dari 413 orang yaitu 123 orang. Artinya, dalam tahap awal penetapan calon anggota legislatif perempuan pada pemilihan legislatif di Kabupaten Pekalongan pada tahun 2014 sudah terpenuhi. Dari 413 orang tersebut terbagi dalam 5 (lima) daerah pemilihan yang meliputi 19 Kecamatan di Kabupaten Pekalongan. Tabel 1.2 yang menjadi daerah pemilihan legislatif Kabupaten Pekalongan tahun 2014.

Tabel 1.2
Daftar Daerah Pemilihan Pemilu Tahun 2014
Kabupaten Pekalongan

NO	DAERAH PEMILIHAN	WILAYAH
1.	Pekalongan 1	1. Kecamatan Karangayar 2. Kecamatan Lebakbarang 3. Kecamatan Petungkriyono 4. Kecamatan Talun 5. Kecamatan Doro
2.	Pekalongan 2	1. Kecamatan Kandangserang 2. Kecamatan Paninggaran 3. Kecamatan Kajen
3.	Pekalongan 3	1. Kecamatan Kesesi 2. Kecamatan Sragi 3. Kecamatan Bojong
4.	Pekalongan 4	1. Kecamatan Siwalan 2. Kecamatan Tirto 3. Kecamatan Wiradesa 4. Kecamatan Wonokerto
5.	Pekalongan 5	1. Kecamatan Karangdadap 2. Kecamatan Kedungwuni 3. Kecamatan Wonopringgo 4. Kecamatan Buaran

Sumber: www.pekalongankab.go.id

Dari 5 daerah pemilihan tersebut kemudian terpilih sebanyak 45 orang anggota legislatif. Laki-laki berjumlah 34 orang dan perempuan berjumlah 11 orang. Artinya, keterwakilan 30% perempuan tidak terpenuhi dalam penetapan anggota legislatif terpilih periode 2014-2019 karena seharusnya untuk 30% keterwakilan perempuan minimal 13 orang anggota legislatif perempuan yang terpilih. Jumlah tersebut mengalami kenaikan dibanding pada periode 2009-2014 jumlah anggota legislatif di Kabupaten Pekalongan yaitu 45 orang yang terdiri dari laki-laki 39 orang dan perempuan 6 orang.⁷ Ada peningkatan jumlah partisipasi perempuan di legislatif walaupun pada dasarnya kuota 30%

⁷www.pekalongankab.go.id diakses pada 31 Mei 2017 Pukul 13:00 WIB

keterwakilan perempuan belum terpenuhi. Pada saat pemilihan kepala daerah tahun 2015 lalu, 2 orang anggota legislatif keluar untuk mencalonkan diri sebagai Kepala Daerah. Namun kedua anggota legislatif tersebut berpasangan untuk menjadi rival calon lain, namun akhirnya kalah dalam pemilihan. Anggota legislatif yang keluar tersebut yaitu 1 orang laki-laki dan 1 orang perempuan. Kemudian sesuai dengan peraturan maka harus ada Pergantian Antar Waktu (PAW) dimana yang memperoleh suara terbanyak kedua didapilnya maka berhak menggantikan anggota legislatif yang keluar tersebut.

Realita yang terjadi, PAW yang menggantikan anggota legislatif yang keluar ternyata sama, yaitu 1 orang laki-laki dan 1 orang perempuan sehingga jumlah anggota legislatif yang hingga saat ini menjabat yaitu 34 orang laki-laki dan 11 orang perempuan. Dari jumlah anggota legislatif perempuan yang terpilih bisa dilihat bahwa ada suatu hal yang dapat menyebabkan kaum perempuan tersebut mampu bersaing dengan 66 orang lainnya. Bisa berkompetisi dari 117 orang perempuan. Selain itu, yang terjadi adalah, ketika pada tahap penetapan calon anggota legislatif, keterwakilan 30% perempuan sudah terpenuhi, akan tetapi pada hasil akhir penetapan anggota legislatif, keterwakilan 30% perempuan tidak bisa terpenuhi. Perbedaan pemilu tahun ini dengan sebelumnya tentang keterwakilan perempuan adalah pada pemilu sebelumnya keterwakilan 30% perempuan tidak diwajibkan sehingga partai-partai yang tidak memenuhi kuota tersebut tetap bisa mengikuti pemilu tanpa ada sanksi yang berarti atau hanya sebagai syarat yang tidak wajib. Kemudian untuk pemilu tahun 2014 partai politik yang tidak memenuhi kuota tersebut tidak diperbolehkan ikut kembali dalam pemilu

(terdiskualifikasi), sehingga wajib hukumnya bagi partai untuk memenuhi kuota tersebut. Dengan demikian, jika dilihat dari calon yang terdaftar dengan jumlah yang terpilih maka besar kemungkinan yang terjadi di Kabupaten Pekalongan pada Pemilu Legislatif (Pileg) 2014 lalu adalah bahwa keterwakilan 30% perempuan hanya sebagai syarat agar partai tersebut dapat mengikuti proses pemilu.

Perempuan dalam kehidupan sehari-hari yang kita tahu hanya berurusan dengan rumah tangga. Dimana tugas utama seorang perempuan yaitu mengurus rumah tangga, mulai dari membersihkan rumah hingga mengurus suami dan anak. Ketika seorang perempuan memilih untuk menjadi wanita karir maka yang terjadi adalah harus merelakan salah satu tugas rumah tangganya terbengkalai atau menyuruh orang lain untuk membantu mengerjakannya. Selain itu, kaum perempuan juga akan sedikit kehilangan waktunya bersama keluarga karena urusan pekerjaan. Oleh karena itu, perempuan yang memilih bekerja tetapi masih bisa mengurus rumah tangganya sendiri tanpa bantuan orang lain maka dapat disebut perempuan yang hebat.

Dalam keluarga konvensional, suami bertugas mencari nafkah sedangkan istri bertugas mengurus rumah tangga, tetapi dengan tumbuhnya kesempatan bagi wanita bersuami untuk bekerja, maka pola kekeluargaan segera berubah dan muncul apa yang disebut sebagai dualisme karir. Nilai-nilai tradisional yang ada dalam masyarakat memang dapat menjadi tekanan sosial. Seorang wanita Jawa

dari kalangan bangsawan akan tetap mengingat tentang 3M, yaitu, masak, macak, manak (memasak, bersolek, melahirkan anak) sebagai tugas utamanya.⁸

Dengan meningkatkan peran wanita sebagai pencari nafkah keluarga dan kenyataan bahwa mereka juga berperan untuk meningkatkan kedudukan keluarga (*family status production*), maka bertambah pula masalah-masalah yang timbul. Kedua peran tersebut sama-sama membutuhkan waktu, tenaga, dan, perhatian, sehingga kalau peran yang satu dilakukan dengan baik, maka yang lain terabaikan sehingga timbullah konflik peran. Seorang istri yang menjadi ibu rumah tangga dan pencari nafkah (berperan ganda) harus memenuhi tugas dan kewajibannya sebagai ibu rumah tangga dan diharapkan dapat menjalankan peranannya sebagai seorang istri dan pencari nafkah.⁹

Di Kabupaten Pekalongan sendiri, peran perempuan sangat beragam. Ada yang sebagai ibu rumah tangga tetapi tidak sedikit pula yang ikut bekerja untuk membantu perekonomian keluarga. Di desa-desa, sebagian perempuan bekerja sebagai petani bersama suaminya. Selain itu, kegiatan lain yang di ikuti yaitu mulai dari arisan hingga kegiatan keagamaan (Muslimat NU). Dengan julukan kota SANTRI, maka tak jarang di Kabupaten Pekalongan banyak dijumpai pondok pesantren dan kegiatan-kegiatan keagamaan lainnya. Kegiatan Muslimatan biasa dilakukan secara keliling dari satu desa ke desa lainya yang ada di Kabupaten Pekalongan. Dengan kegiatan tersebut, selain menambah pengetahuan

⁸ Mansur Faqih. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal.74

⁹ Tapi Omah Ihromi. 1990. *Para Ibu yang Berperan Tunggal dan Berperan Ganda*. Jakarta: Lembaga Penerbit fakultas Ekonomi. Hal.3

tentang agama Islam, mereka juga bisa mempererat tali persaudaraan dengan masyarakat lain sehingga tercipta kerukunan.

Namun demikian, praktik diskriminasi terhadap perempuan masih terjadi baik di bidang politik, sosial, budaya dan sipil. Di ranah sosial dan budaya, peran perempuan hanya terbatas di ranah tertentu saja. Misal dalam rumah tangga atau seputar persoalan dapur. Sedangkan diskriminasi di bidang politik salah satunya terkait kuota keterwakilan perempuan dalam pengambilan keputusan dan pembuatan kebijakan pemerintah. Dimana 30% keterwakilan perempuan hanya sebagai syarat agar partai politik tersebut dapat mengikuti pemilu. Selebihnya, laki-laki tetap mendominasi.¹⁰ Untuk itu perlu adanya keterlibatan perempuan dalam pemerintahan yang mampu memperjuangkan aspirasi tersebut, dimana kehadiran perempuan dalam parlemen sangat dibutuhkan, namun kenyataannya saat ini perempuan dalam parlemen masih sangat kurang. Dalam dunia politik, perempuan banyak sekali menghadapi permasalahan, baik itu dari individu seperti kapasitas perempuan masih dianggap rendah, dan ditambah dengan jumlah perempuan yang aktif dipartai politik sangat minim maupun dari luar individu seperti rendahnya dukungan masyarakat, pandangan masyarakat bahwa politik bukanlah urusan perempuan, karena politik dianggap sebagai dunia laki-laki, sehingga sulit bagi perempuan untuk masuk ke dalam politik yang dianggap bukan wilayah mereka serta perlakuan perempuan dalam dunia politik sehingga sangat mempengaruhi keterwakilannya dipolitik atau dalam parlemen. Selain itu, dalam proses pemilihan legislatif, perempuan seringkali hanya sebagai syarat dari

¹⁰<http://nasional.kompas.com/read/2016/08/21/16192911/perempuan.indonesia.masih.dalam.belenggu.diskriminasi> diakses pada 8 Mei 2017 Pukul 19:00 WIB

partai untuk bisa mengikuti pemilu. Hal itu terjadi karena ketika perempuan sudah terpilih menjadi anggota legislatif, mereka lebih mengedepankan hati nurani dan perasaan sehingga partai politik tidak bisa memanfaatkan jabatan kaum perempuan di dalam parlemen untuk kepentingan kelompoknya.

Dilihat dari kehidupan kemasyarakatannya terdapat faktor-faktor yang menghambat peranan perempuan dalam bidang politik. Yaitu faktor internal dan eksternal. Pertama, faktor internal dari kaum perempuan itu sendiri. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri perempuan sendiri yang baik secara langsung maupun tidak langsung yang berpengaruh pada tingkat partisipasi perempuan dalam politik, terdiri atas:¹¹

1. Adanya anggapan di kalangan perempuan bahwa politik itu penuh kekerasan sehingga dipandang sebagai dunianya laki-laki, sehingga perempuan enggan berkecimpung di dalamnya;
2. Banyak perempuan tidak senang berorganisasi;
3. Perempuan kurang memanfaatkan potensi yang ada dalam dirinya bahkan perempuan sendiri kadang-kadang menenggelamkan dirinya dalam dunia domestik sibuk dalam rumah tangga; dan
4. Perempuan sering kurang percaya diri, sehingga tidak siap mental dan psikologis untuk memasuki dan melaksanakan fungsi-fungsi jabatan sebagai perumus kebijakan maupun pengambil keputusan.

¹¹ Siti Hariti, Satriyani. 2009. *Gender and Politics*. Yogyakarta: Tiara Wacana. Hal.203

Kedua, adalah faktor eksternal, yaitu faktor yang berasal dari luar diri perempuan sendiri yang baik secara langsung maupun tidak langsung berpeengaruh terhadap tingkat partisipasi perempuan dalam politik, terdiri atas sistem pemilu, peran dan organisasi politik, dan penerimaan kultural termasuk aksi mendukung yang bersifat wajib atau sukarela. Faktor lain yang dinilai menjadi kendala seorang perempuan untuk terjun langsung ke politik dan turut aktif dalam pengambilan keputusan adalah sumber dana. Sebagai contoh, dalam fenomena pemilihan calon legislatif, sudah merupakan konsumsi publik bahwa untuk dapat melenggang ke parlemen membutuhkan “mahar” politik yang sangat besar. Seorang calon legislatif (caleg) mau tidak mau harus dapat merebut hati konstituennya melalui strategi marketing politik dengan biaya yang tidak murah.¹²

Realita sesungguhnya, tidak ada hal yang dapat membatasi gerak perempuan di dalam politik karena memang sudah ada regulasi yang mengatur. Termasuk ketentuan dalam konvensi PBB tentang hak-hak politik perempuan, yaitu:¹³

1. Perempuan berhak untuk memberikan suara dalam semua pemilihan dengan syarat-syarat yang sama dengan laki-laki, tanpa suatu diskriminasi;
2. Perempuan berhak untuk dipilih bagi semua badan yang dipilih secara umum, diatur oleh hukum nasional dengan syarat-syarat yang sama dengan laki-laki tanpa ada diskriminasi;

¹²*Ibid.*, hal.203

¹³ Romany Sihite. 2007. *Perempuan, Keadilan, dan Keadilan: Suatu Tinjauan Berwawasan Gender*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hal.156

3. Perempuan berhak untuk memegang jabatan publik dan menjalankan semua fungsi publik, diatur oleh hukum nasional dengan syarat-syarat yang sama dengan laki-laki tanpa ada diskriminasi.

Jaringan kerjasama diperlukan oleh kaum perempuan dalam perjuangan menjadi anggota legislatif. Dimana jaringan tersebut diperlukan untuk bisa memenangkan kaum perempuan menjadi anggota legislatif. Menurut Robert M.Z Lawang, jaringan merupakan gabungan kata *net* dan *work*, sehingga menjadi *network*, yang penekanannya terletak pada kerja bukan pada jaring, dimengerti sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring (*net*).

Jejaring merupakan hubungan antar aktor dalam lingkaran kerja yang sifat hubungannya setara, dijaga atas dasar kepercayaan dan timbal balik. Mereka merupakan koalisi aktor-aktor yang mempunyai tujuan dan nilai-nilai kepentingan yang berbeda dalam perumusan suatu kebijakan. Jaringan merupakan suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lainnya. Oleh karena sebab itu, siapa yang berhasil memegang kuasa dalam komunikasi di suatu jaringan, orang itulah yang memegang kendali atas komunikasi yang ada di jaringan tersebut.¹⁴ Dalam dunia politik, kerjasama dengan berbagai pihak dipandang akan lebih memudahkan dalam memperoleh suara di masyarakat.

¹⁴<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpm88fded9e71full.pdf>. Diakses pada 18 September 2017 Pukul 20:00 WIB

Hasil dari penyelenggaraan Pemilu tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan tidak jauh berbeda dengan Pemilu 2009. Selain partai politik yang harus bekerja keras untuk bisa menjadi pemenang, masing-masing calon juga harus bersaing dengan calon lain termasuk bersaing dengan calon dari satu partai yang sama. Partai yang menjadi pemenang pada Pemilu 2009 tentunya memiliki peluang besar untuk bisa memenangkan kembali pada Pemilu 2014. Selain itu, calon-calon yang sudah pernah menjadi peserta pada Pemilu 2009 tentunya juga mempunyai peluang besar untuk bisa kembali mencalonkan diri melihat kesempatan dan peluang yang dimiliki. Adapun perolehan suara pada Pemilu 2009 dan 2014 di Kabupaten Pekalongan adalah sebagai berikut.

Tabel 1.3
Daftar Perolehan Kursi Pemilu 2009 dan Pemilu 2014
Kabupaten Pekalongan

No.	PARTAI POLITIK	TAHUN 2009	PARTAI POLITIK	TAHUN 2014
1.	PKB	11	PKB	12
2.	PDIP	10	PDIP	11
3.	Golkar	6	PKS	1
4.	Gerindra	1	Golkar	5
5.	Demokrat	3	Gerindra	5
6.	PAN	6	Demokrat	2
7.	PPP	3	PAN	4
8.	Hanura	3	PPP	4
9.	PKNU	2	Hanura	1
	JUMLAH	45	JUMLAH	45

Sumber: <https://kpukajen.wordpress.com/>

Perolehan kursi anggota legislatif Kabupaten Pekalongan pada Pemilu 2009 dan Pemilu 2014 dari masing-masing partai cenderung tidak tetap. Dimana terdapat partai politik yang mengalami peningkatan dalam perolehan kursi serta

ada juga yang mengalami penurunan. Partai Kebangkitan Bangsa yang merupakan partai dengan basis Nahdlatul Ulama mampu memimpin dengan perolehan kursi terbanyak selama dua periode. Disusul oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dengan basis nasionalisnya juga mempunyai basis besar di Kabupaten Pekalongan. Tidak hanya peningkatan dalam jumlah kursi yang diperoleh oleh PKB dan PDIP, peningkatan tersebut juga terjadi pada jumlah anggota legislatif perempuan terpilih. Dimana pada Pemilu 2009 anggota legislatif dari fraksi PKB berjumlah 1 orang, sedangkan pada Pemilu 2014 anggota legislatif perempuan dari fraksi PKB berjumlah 2 orang. Hal tersebut juga terjadi di fraksi PDIP. Pada Pemilu 2009, anggota legislatif perempuan dari fraksi PDIP berjumlah 2 orang, sedangkan pada Pemilu 2014 berjumlah 3 orang kemudian ditambah 1 orang anggota legislatif perempuan yang PAW sehingga jumlahnya menjadi 4 orang. Artinya, peningkatan terjadi bukan hanya pada jumlah perolehan kursi, melainkan peningkatan juga terjadi pada jumlah anggota legislatif perempuan dari Fraksi PKB dan PDIP yang terpilih.

Pada Pemilu tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan, PKB memperoleh 131.072 suara dengan total dana kampanye Rp 781.770.000,- dan PDIP memperoleh 109.317 suara dengan total dana kampanye Rp 243.575.500,-.¹⁵ Artinya, masing-masing partai membutuhkan dana kampanye yang cukup besar untuk menarik suara dari masyarakat. Dengan melihat biaya kampanye yang dibutuhkan serta basis pendukung yang dimiliki kedua partai tersebut tentunya calon tersebut mempunyai kualitas untuk bisa menjadi peserta Pemilu. Selain

¹⁵ <https://kpukajen.wordpress.com/> Diakses pada 26 September 2017 Pukul 13:00 WIB

kualitas, peran partai serta peran jaringan sangat dibutuhkan dalam perebutan kursi pada Pemilu di Kabupaten Pekalongan. Terlebih, kedua partai tersebut merupakan partai yang mempunyai basis besar di Kabupaten Pekalongan. Masing-masing calon tentunya mempunyai strategi yang digunakan untuk bisa mendapat dukungan di masyarakat. Banyak faktor-faktor yang digunakan oleh masing-masing calon sehingga bisa terpilih mulai dari partai politik, figur maupun tim sukses masing-masing calon sesuai dengan kebutuhan serta potensi masing-masing calon.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang faktor-faktor kemenangan anggota legislatif perempuan Fraksi PKB dan PDIP pada Pemilu Tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan. Alasan peneliti melakukan penelitian di dua Fraksi tersebut yaitu karena PKB merupakan partai pemenang Pada Pemilu 2009 dan 2014 di Kabupaten Pekalongan. Sedangkan PDIP merupakan partai yang memperoleh suara terbanyak kedua pada Pemilu 2009 dan 2014. Selain itu, dari kedua partai tersebut pada Pemilu 2009 dan 2014 ada peningkatan jumlah anggota legislatif perempuan terpilih. Dengan melihat adanya konsistensi perolehan suara pada Pemilu 2009 dan 2014 serta peningkatan jumlah anggota legislatif perempuan terpilih tentunya dari kedua partai tersebut memiliki strategi yang digunakan serta faktor-faktor yang mempengaruhi calon perempuan bisa terpilih dan bahkan jumlahnya meningkat. Tentunya partai dalam mencalonkan kader-kadernya sudah mempunyai persyaratan-persyaratan serta melihat kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing calon mengingat ketatnya persaingan yang harus dihadapi oleh masing-masing calon.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Faktor-faktor Pemenangan Anggota Legislatif Perempuan Fraksi PKB dan PDIP pada Pemilu Legislatif Tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dilakukannya penelitian yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang digunakan oleh masing-masing anggota legislatif perempuan dari Fraksi PKB dan PDIP pada Pemilu 2014 di Kabupaten Pekalongan sehingga bisa terpilih.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pustaka yang dapat memberikan saran-saran pada pengembangan Ilmu Pemerintahan terutama yang berkaitan dengan politik gender. Serta sebagai referensi bagi penulisan selanjutnya yang berkaitan dengan partisipasi politik perempuan dalam legislatif.

1.4.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi masyarakat tentang pentingnya partisipasi perempuan dalam keanggotaan legislatif. Melalui penelitian ini, Peneliti akan mengetahui faktor-faktor yang digunakan oleh anggota legislatif

perempuan Fraksi PKB dan PDIP pada Pemilu Tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan.

1.5 Kerangka teori

1.5.1 Partai politik

Partai politik menjadi salah satu pilar kehidupan politik modern yang demokratis. Didalam berorganisasi sebuah partai politik akan melibatkan rakyat karena demokrasi sendiri merupakan dari rakyat, untuk rakyat dan oleh rakyat. Sebuah partai politik yang ideal tentunya memobilisasi rakyat, mewakili kepentingan tertentu, memberikan jalan kompromi bagi pendapat yang saling bersaing, serta menyediakan sarana suksesi kepemimpinan politik secara legitimate dan damai. Pada umumnya dapat dikatakan bahwa politik (*politics*) adalah usaha untuk menentukan peraturan-peraturan yang dapat diterima baik oleh sebagian besar warga, untuk membawa masyarakat kearah kehidupan bersama yang harmonis.¹⁶

Menurut Undang-undang No. 2 Tahun 2008 pasal 1 mengidentifikasi partai politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Raepublik Indonesia Tahun 1945.

¹⁶ Miriam Budiardjo. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Hal.15

Menurut Miriam Budiardjo mengemukakan bahwa partai politik merupakan kelompok-kelompok yang terorganisir angota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama, tujuan kelompok ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan berebut kedudukan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan mereka.¹⁷ Partai politik sebagai instrumen perwakilan dan sarana untuk menjamin pergantian pemerintahan secara teratur dan tanpa pergolakan yang dapat menghancurkan masyarakat dan negara. Di negara berkembang seperti Indonesia pertumbuhan dan aktivitas partai politik berkaitan dengan proses pembentukan identitas nasional, pembentukan kerangka sistem politik, pengabsahan lembaga pemerintahan, dan usaha untuk menguatkan persatuan nasional.

Untuk memahami peran partai politik, akan lebih mudah apabila memahami terlebih dahulu fungsi dari partai politik seperti yang dijelaskan oleh Miriam Budiardjo dalam A. Rahman H. I (2007) terkait fungsi partai politik yang melekat dalam suatu partai politik sebagai berikut:¹⁸

1. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan fungsi menyalurkan berbagai macam pendapat dan aspirasi masyarakat ditengah keberagaman pendapat masyarakat modern yang terus berkembang. Pendapat atau aspirasi seseorang atau suatu kelompok akan hilang tidak berbekas apabila tidak ditampung dan digabung dengan pendapat dan aspirasi orang lain yang senada, proses

¹⁷ Inu Kencana Syafii dan Azhari. 2005. *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama. Hal.74

¹⁸ A. Rahman H. I. 2007. *Sistem Politik Indonesai*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal.103-104

tersebut dinamakan (*interest aggregation*). Setelah penggabungan pendapat dan aspirasi tersebut diolah dan dirumuskan sedemikian rupa sehingga kesimpangsiuran pendapat dalam masyarakat berkurang (*interest articulation*). Jika peran utama ini tidak dilakukan pasti akan terjadi kesimpang siuran isu dan saling berbenturan. Setelah itu, partai politik merumuskannya menjadi usul kebijakan yang kemudian dimasukan dalam program atau *platform* partai untuk diperjuangkan atau disampaikan melalui parlemen kepada pemerintah agar dijadikan kebijakan umum (*public policy*). Demikianlah tuntutan masyarakat disampaikan kepada pemerintah melalui partai politik. Di sisi lain, partai politik juga berfungsi memperbincangkan dan menyebarluaskan rencana-rencana dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Dengan demikian terjadi dua arus komunikasi dariatas ke bawah maupun bawah ke atas informasi tersampaikan dengan baik. Peran partai sebagai penghubung sangat penting, karena disatu pihak kebijakan pemerintah perlu perlu dijelaskan kepada seluruh masyarakat, dan dipihak lain juga pemerintah harus tanggap terhadap tuntutan masyarakat.

2. Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik merupakan sebuah proses dimana seseorang memperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena politik yang umumnya berlaku dalam masyarakat dimana dia berada. Proses ini merupakan faktor penting dalam terbentuknya budaya politik (*political culture*) suatu bangsa karena proses penyampaiannya tersebut berupa norma-norma dan nilai-nilai dari suatu generasi ke generasi berikutnya. A. Rahman H. I. juga mengatakan bahwa

fungsi sosialisasi politik partai juga dapat dipandang sebagai suatu upaya menciptakan citra bahwa ia memperjuangkan kepentingan umum. Ini penting jika dikaitkan dengan tujuan partai untuk menguasai pemerintahan melalui kemenangan dalam pemilihan umum. Lebih penting lagi apabila partai politik dapat menjalankan fungsi sosialisasi untuk mendidik anggota-anggotanya menjadi manusia yang sadar akan tanggung jawabnya sebagai warga negara dan menempatkan kepentingan sendiri dibawah kepentingan bersama.

3. Rekrutmen Politik

Rekrutmen politik merupakan fungsi untuk mempersiapkan kepemimpinan internal maupun nasional karena setiap partai membutuhkan kader-kader yang berkualitas untuk dapat mengembangkan partainya. Rekrutmen politik menjamin kontinuitas dan kelestarian partai, sekaligus merupakan salah satu cara untuk menjaring dan melatih calon-calon pemimpin.

4. Pengatur Konflik Politik

Pengatur konflik politik merupakan fungsi untuk membantu mengatasi konflik diantara masyarakat atau sekurang-kurangnya dapat diatur sedemikian rupa sehingga akibat negatifnya dapat ditekan seminimal mungkin. Pendapat lain menurut ahli Arend Lijph, perbedaan-perbedaan atau perpecahan ditingkat massa bawah dapat diatasi oleh kerja sama diantara elite-elite politik. Dalam konteks kepartaian, para pemimpin partai adalah elite politik.

Partai politik dapat diartikan sebagai sebuah kelompok dimana kelompok tersebut mengajukan calon-calon bagi jabatan publik untuk dipilih rakyat sehingga dapat mengontrol atau mempengaruhi tindakan-tindakan pemerintah.

Secara ringkas partai politik dapat dikatakan sebagai penghubung antara warga negara dengan pemerintahnya. Partai politik merupakan jembatan bagi seseorang untuk memperoleh kekuasaan sehingga ia bisa mempengaruhi kebijakan-kebijakan pemerintah untuk kepentingan pribadi maupun kelompoknya. Selain itu partai juga melakukan fungsi-fungsi seperti komunikasi politik, sosialisasi politik, rekrutmen politik, pengatur konflik politik, pendidikan politik, pemersatu kebangsaan untuk mensejahterakan masyarakat, dan partisipasi politik. Pelaksanaan fungsi-fungsi ini dapat dijadikan instrumen untuk mengukur keberhasilan atau kegagalan partai politik dalam menjalankan tugasnya.

1.5.2 **Networking**

Network atau jejaring adalah hubungan antar aktor dalam lingkaran kerja yang sifat hubungannya setara, dijaga atas dasar kepercayaan dan timbal balik. Mereka merupakan koalisi aktor-aktor yang mempunyai tujuan dan nilai-nilai kepentingan yang berbeda dalam perumusan suatu kebijakan. Jaringan merupakan suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain nya. Oleh karena sebab itu, siapa yang berhasil memegang kuasa dalam komunikasi di suatu jaringan, orang itulah yang memegang kendali atas komunikasi yang ada di jaringan tersebut.¹⁹

Menurut Robert M.Z Lawang, jaringan merupakan gabungan kata *net* dan *work*, sehingga menjadi *network*, yang penekananya terletak pada kerja bukan

¹⁹ <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpm88fded9e71full.pdf>. Diakses pada 18 September 20017 Pukul 20:00 WIB

pada jaring, dimengerti sebagaikerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring (net). Maka jaringan menurut Lawang adalah :²⁰

1. Ada ikatan antara simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan-hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak.
2. Ada kerja antara simpul (orang atau kelompok) yang melalui media dengan hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama.
3. Seperti halnya sebuah jaringan (yang tidak puas) kerja yang terjalin antara simpul itu pasti kuat menahan beban bersama, dan malah dapat “menangkap ikan” lebih banyak.
4. Dalam kerja jaringan itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berfungsi lagi, sampai simpul itu diperbaiki. Semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat. Dalam hal ini analogi tidak seluruhnya tepat terutama kalau orang yang membentuk jaringan itu hanya dua saja.
5. Media (benang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya dapat dipisahkan.
6. Ikatan atau pengikut (simpul) adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan.

Sebuah jaringan atau *network* dapat terbentuk karena berbagai hal, diantaranya adalah:²¹

²⁰ Damsar, 2011. *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana. Hal. 30-32

1. Ada hubungan dua pihak atau lebih
2. Memiliki kesamaan visi dalam mencapai tujuan
3. Ada kesepakatan/negosiasi bersama
4. Saling membutuhkan

Terdapat 4 tipe *networking* yang membedakan hubungan antar aktor dalam sebuah ikatan kerjasama yaitu : ²²

a. *Individualistic Network*

Network tipe ini bersifat perseorangan. Aktor dalam *individualistic network* bekerja berdasarkan paham perseorangan yang menganggap kemampuannya lebih unggul dibanding mitra kerja lainnya. Tipe ini akan membawa pada kompetisi antar aktor dalam kemitraan itu sendiri. Karena setiap mitra mengejar intensif bagi kepentingannya masing-masing yang didasarkan pada kinerja di kemitraan tersebut. Hubungan sosial *network* model ini dinilai lemah dengan tingkat kecurigaan menjadi lebih besar karena rendahnya kepercayaan masing-masing aktor.

b. *Co-cooperative Networks*

Integrasi sosial tipe ini berada pada level kat dengan tingkat kerjasama yang tinggi dalam merumuskan kebijakan bersama. Berbeda dengan tipe *individualistic* yang rendah dalam hal kepercayaan, tipe ini menekankan kepercayaan sebagai dasar dari pembentukan jaringan. Hal tersebut membawa

²¹ Ambar Teguh Sulistiyani. 2004. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media. Hal 97

²² M. Aries Firmanda A. 2017. *Kerjasama Pemerintah Kota Pekalongan dengan Juru Parkir dalam Pengelolaan Parkir di Tepi Jalan Umum Tahun 2013-2015. Skripsi*. FISIP, Ilmu Pemerintahan, Universitas Diponegoro Semarang.

tipe ini berbeda pada posisi yang lemah dalam aturan sosial, posisi setiap aktor berada pada titik yang sama dengan kepentingan kelompok yang berbeda, hal ini akan menyulitkan pengambilan keputusan yang mampu mencakup keinginan semua pihak. Biasanya hasil keputusan bersama terlalu besar jangkauannya.

c. *Project Networks*

Hubungan dalam *network* seperti ini diandaikan seperti suatu proyek. Aliansi terbentuk sementara selama proyek kerja berlangsung. Dasar semacam ini menjadikan tipe ini lemah dalam hubungan sosial. Walaupun dinilai ikatan anatar aktor secara personal kurang, tipe ini lebih berfokus pada hubungan professional dengan tujuan yang jelas dan terukur secara pasti.

d. *Enduring Networks*

Jaringan tetap seperti ini memudahkan setiap aktor dalam mengambil tindakan bersama. Hubungan professional dan personal setiap aktor telah terbentuk melalui jaringan ini. Tujuan dari jaringan ini kurang terpacu dalam mengeksplor kemampuan untuk berkembang tetapi bentuk pertanggung jawaban dari setiap aktivitas lebih jelas dengan terpusatnya kekuasaan dalam jaringan.

Dalam teori jaringan selalu didasarkan pada asumsi bahwa relasi para aktor itu bersifat saling tergantung satu sama lain (*interdependence*). Dalam makna yang lebih operasional, bahwa aktor tidak bakal mampu mencapai tujuan-tujuan tanpa menggunakan sumberdaya yang dimiliki oleh aktor lain. Mekanisme saling ketergantungan ini berjalan melalui adanya pertukaran (*exchange*) sumber daya

antar aktor.²³ Kemudian interaksi dan mekanisme pertukaran sumberdaya-sumberdaya dalam jaringan itu akan terjadi secara berulang-ulang dan terus menerus dalam jangka waktu yang lama dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Pratikno ada tujuh variabel yang dapat dijadikan ukuran dalam efektivitas pengelolaan jejaring atau network, yaitu:²⁴

1. Transparan. Dalam kerjasama harus ada transparansi, berupa kemudahan proses pengawasan atau penegasan kepatuhan anggota dengan prinsip utama kerjasama. Suatu network akan efektif jika ada kepatuhan dari anggotanya dan memenuhi aturan yang tercantum dalam hak-hak dan kewajiban mereka.
2. Kekokohan dan keluwesan. Efektivitas sebuah network tergantung pada adanya kekokohan dan keluwesan dalam menyelenggarakan segala persoalan yang timbul, serta adanya keluwesan dalam menyikapi perkembangan yang terjadi antar anggota tanpa melalui perubahan radikal.
3. Perubahan aturan. Perubahan aturan yang terlalu sering dilakukan akan menyebabkan kerjasama network tidak efektif, perubahan aturan justru akan melemahkan afektivitasnya karena ada peluang anggota untuk selalu merubah aturan yang dipandang memberatkan. Perubahan aturan yang sulit dilakukan justru akan menjaga keefektivitasan kerjasama karena akan mendorong anggota untuk mentaati aturan kerjasama.
4. Kapasitas anggota dalam jejaring. Efektivitas sebuah kerjasama sangat tergantung pada kapasitas anggotanya dalam mengimplementasikan aturan

²³ Pratikno. 2008. *Manajemen Jaringan dalam Perspektif Strukturasi*. Jurnal Kebijakan dan Administrasi publik. Magister Adminitrasi Publik Universitas Gajah Mada. Hal 5

²⁴ Op cit. Hal 62-66

yang telah dibuat. Keterbatasan sumberdaya anggota dalam network menjadi penghambat pelaksanaan network itu sendiri. Apabila ini terjadi maka efektivitas dari network akan melemah.

5. Distribusi kekuasaan. Ketimpangan yang tajam dalam distribusi kekuasaan diantara anggota akan membatasi efektivitas kerjasama, karena akan ada anggota yang sangat dominan dan dapat memaksakan kemauan anggota lain. Keseimbangan pembagian kekuasaan antar anggota akan menjadikan kerjasama lebih efektif karena tidak adanya kekuatan yang cukup besar untuk melawan kesepakatan yang telah dibuat.
6. Tingkat ketergantungan antar anggota. Efektivitas kerjasama akan tergantung pada tingkat ketergantungan antar anggotanya. Ketergantungan timbul apabila aksi dari satu anggota mempengaruhi kesejahteraan anggota lain dalam *network*. Mereka yang tergantung akan sangat sensitif terhadap perilaku aktor lain, sehingga antar anggota akan saling menjaga interaksi mereka untuk tidak bertentangan.
7. Ide intelektual. Suatu jaringan tidak dapat bertahan efektif dalam jangka waktu lama apabila substruktural intelektual yang mendasarinya runtuh atau mengalami pengikisan. Efektivitas kerjasama sangat dipengaruhi oleh kekuatan ide dan gagasan yang mendasarinya. Efektivitas sebuah kerjasama akan sangat tergantung pada kuat lemahnya ide-ide atau gagasan yang mendasarinya.

Dalam suatu organisasi publik modern keberadaan *stakeholder* dalam *network* mutlak diperlukan untuk memperlancar segala kegiatan/proyek yang

dilakukan. Untuk itu diperlukan beberapa metode dalam menetapkan *stakeholder* agar *stakeholder* yang dipilih tepat. David Viney, menawarkan dua metode yaitu *stakeholder analysis* dan *stakeholder management* : ²⁵

1. *Stakeholder analysis*

- a. Tahap pertama: Perlu dibedakan antara pengaruh dan kepentingan dari masing-masing individu dalam *stakeholder*. Jika *stakeholder* memiliki pengaruh dan kepentingan maka mereka adalah *stakeholder* primer dan untuk keberhasilan kegiatan mereka harus dilibatkan penuh dalam seluruh tahapan kegiatan. Jika *stakeholder* hanya memiliki kepentingan atau pengaruh saja, mereka adalah *stakeholder* sekunder yang selalu harus diarahkan selama kegiatan berlangsung.
- b. Tahap kedua: memahami posisi dari masing-masing *stakeholder* dengan tetap menghormati tujuan kegiatan dan hasil yang diinginkan. Untuk itu diperlukan survey dan interview utamanya untuk mengetahui tingkat kesepakatan dan komitmen dari masing-masing *stakeholder*.

2. *Stakeholder management*

Jejaring kebijakan merupakan suatu hubungan yang terbentuk akibat koalisi diantara aktor pemerintah, masyarakat termasuk privat. Aktor kebijakan sering juga disebut sebagai *stakeholder*. Manajemen *stakeholder* adalah suatu pendekatan terhadap *stakeholder* dengan menyesuaikan kondisi *stakeholder* yaitu:

²⁵ Sri Suwitri. 2008. *Jejaring Kebijakan dalam Perumusan Kebijakan Publik Suatu Kajian Tentang Perumusan Kebijakan Penanggulangan Banjir dan Rob Kota Semarang*. Semarang: badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal 70-72

a. Rekan Kerja (*partner*)

Stakeholder primer adalah pihak yang mendukung dalam perencanaan dan implementasi dari seluruh kegiatan. *stakeholder* ini harus didampingi untuk meningkatkan kesepakatan dan komitmen mereka terhadap kegiatan.

b. Konsultasi (*consult*)

Stakeholder sekunder dengan pengaruh yang lebih tinggi tetapi tingkat kepentingan yang rendah membutuhkan perhatian melalui konsultasi secara aktif untuk memperoleh opini dan input mereka sehingga dapat diperoleh keputusan kunci dimana mereka akan terpengaruh secara langsung. Hasil konsultasi menjadi strategi untuk meningkatkan komitmen mereka.

c. Informasi (*inform*)

Stakeholder sekunder dengan pengaruh yang lebih rendah tetapi memiliki pengaruh yang tinggi membutuhkan informasi tentang keputusan yang ditetapkan dan mungkin berdampak langsung terhadap mereka, agar mereka tetap terlibat dalam acara-acara penting yang berhubungan dengan keputusan walaupun tidak aktif dalam pembuatan keputusan.

d. Kontrol (*Control*)

Kontrol diperlukan bagi *stakeholder* yang tidak mempunyai kepentingan atau pengaruh dan mereka memberikan bantuan hanya untuk menghormati keputusan yang ditetapkan.

Ketika jejaring atau *network* sudah terbangun, tantangan selanjutnya adalah bagaimana strategi dalam mengelola *network* tersebut. Setidaknya ada lima

manajemen menurut Milward dan Provan agar pengelolaan *network* dapat berjalan dengan efektif:²⁶

1. *Management of accountability*

Dalam suatu *network* semua berperan sebagai mitra, sehingga hal ini akan berakibat pada tidak adanya rantai komando sehingga menyebabkan manajer *network* harus berhasil melakukan negosiasi. Dengan isu utama adalah menentukan siapa yang bertanggungjawab, untuk apa dan bagaimana menanggapi *free riders* yang tidak memberikan sumbangan yang mencukupi tapi meminta banyak sumber daya.

2. *Management of Legitimacy*

Suatu *network* merupakan kegiatan kerjasama yang harus selalu menegosiasikan legitimasinya, terutama jika melibatkan sektor publik, privat maupun non profit. Manajer organisasi yang terlibat dalam *network* harus terus menerus meyakinkan para *stakeholder* bahwa kerja mereka dalam *network* akan selalu bermanfaat dan berarti besar bagi organisasi.

3. *Management of Conflict*

Konflik dapat muncul dari perbedaan tujuan organisasi anggota *network*, dan akibatnya tidak dapat diselesaikan melalui komando dari atas. Penting bagi manajer *network* untuk selalu mendengarkan suara dari para anggota dan membuat mekanisme resolusi konflik. Ini akan sangat berguna dalam menciptakan alat penyelesaian konflik diantara manajer organisasi anggota *network* dan manajer *network*.

²⁶www.businessofgovernment.org diakses pada 26 September 2017 Pukul 21:00WIB

4. *Management of design*

Sebagaimana organisasi memiliki pilihan desain, *network* juga memiliki pilihan desain. Pada awal fase evolusi *network*, biasanya dengan anggota yang sedikit desain *network* yang dipilih adalah *self governed network* yang dijalankan atas dasar konsensus. Fase kritis dari perkembangan *network* terjadi ketika struktur yang ada gagal menjalankan fungsinya dan kemudian akan dikembangkan menjadi fase *lead organization network*, dimana salah satu anggota *network* akan menanggung beban tanggung jawab atas tugas-tugas lainnya. Selanjutnya fase desain *administrative organization network* merupakan pilihan yang mungkin akan tepat, disini para anggota *network* menciptakan spesifikasi organisasi yang akan menangani manajemen *network* disini para sebagian anggota dapat dijadikan dan dimasukkan dalam dewan redaksi.

5. *Management of commitmens*

Manajemen komitmen yang diperlukan karena bila terjadi anggota merasa tidak terlalu merasakan manfaat *network* dibandingkan dengan anggota lainnya, manajer *network* harus terus menerus memonitor kekuatan sentripetal (memecah) yang menjadi ancaman keutuhan *network*. Manajer harus bisa secara langsung menangani realitas atau persepsi akan adanya distribusi sumber daya yang tidak sama. *Self Training dan joint joint problem solving* akan menjadi cara yang efektif untuk dilema komitmen ini.

Jaring merupakan hubungan antar aktor dalam lingkaran kerja yang sifat hubungannya setara, dijaga atas dasar kepercayaan dan timbal balik yang

mempunyai tujuan dan nilai-nilai kepentingan yang sama. Jaringan dapat terbentuk karena adanya aktor-aktor baik itu teman maupun relasi yang mempunyai tujuan yang sama. Dalam dunia politik, jaringan digunakan sebagai upaya untuk bisa mendapatkan suara di masyarakat, dimana jaringan tersebut bisa berasal dari partai politik, teman maupun keluarga. Untuk dapat bekerja secara maksimal, maka sebuah jaringan harus ada pembagian kerja atau tugas-tugas yang harus dilaksanakan agar nantinya lebih efektif dan efisien sehingga jaringan yang terbentuk tidak sia-sia.

1.5.3 Marketing politik

Menurut Lees Marshmant, marketing politik harus dilihat secara komprehensi. Pertama, marketing politik lebih daripada sekedar komunikasi politik. Kedua, marketing politik diaplikasikan dalam seluruh proses organisasi partai politik. Tidak hanya tentang kampanye politik tetapi juga sampai pada tahap bagaimana memformulasikan produk politik melalui pembangunan simbol, *image*, *platform* dan program yang ditawarkan. Ketiga, marketing politik menggunakan konsep marketing secara luas, tidak hanya terbatas pada teknik marketing, namun juga sampai strategi marketing, dari teknik publikasi, menawarkan ide dan program, serta desai produk sampai ke *market intelligent* dan pemrosesan informasi. Keempat, marketing politik melibatkan banyak disiplin ilmu dalam pembahasannya, seperti sosiologi dan psikologi. Kelima, konsep

marketing politik bisa diterapkan dalam berbagai situasi politik, mulai dari pemilihan umum sampai ke proses lobi di parlemen.²⁷

Dalam marketing politik kita mengenal 4Ps (*product, promotion, price, place*) produk politik.

1. *Product* (produk), produk yang ditawarkan institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, dimana pemilih akan menikmatinya setelah sebuah partai atau seorang kandidat terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri. Pemahaman pemilih juga memainkan peranan penting dalam memaknai dan menginterpretasikan sebuah produk politik. Menurut Niffenegger membagi produk politik dalam 3 kategori: *party platform* (platform pribadi), *past record* catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau), *personal characteristic* (ciri pribadi).
2. *Promotion* (promosi), institusi politik seringkali bekerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon dan citra yang akan ditampilkan. Selain itu, mereka kerap kali menggunakan media sebagai alat promosi, namun demikian, tidak semua media cocok digunakan untuk melakukan promosi. Oleh karena itu, dalam pemilihan media harus difikirkan dengan matang agar media tersebut bisa menyampaikan sesuai dengan apa yang kita inginkan. Promosi bisa dilakukan dengan cara debat di TV atau dengan cara pengerahan massa dalam jumlah besar untuk menghadiri sebuah acara. Selain ingin tetap menjaga hubungan antar institusi politik dengan massanya,

²⁷ Firmanzah. 2007. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Hal 202-203

kesempatan semacam ini ini juga bisa diliput oleh media sehingga secara tidak langsung bisa dilihat sebagai media promosi. Lambang, simbol dan warna bendera partai yang disebar melalui pamflet, umbul-umbul dan poster semasa periode kampanye juga merupakan media promosi institusi politik.

3. *Price* (harga), harga dalam marketing politik mencakup banyak hal, mulai dari ekonomi, psikologi sampai ke citra nasional. Harga ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye. Dari biaya iklan, publikasi, biaya “rapat akbar” sampai ke biaya administrasi pengorganisasian. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, misalnya apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Harga *image* nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat calon tersebut bisa memberi citra positif suatu bangsa dan negara serta bisa menjadi kebanggaan nasional atau tidak. Suatu institusi politik berusaha untuk meminimalisir harga produk politik (minimalisir risiko) mereka dan meningkatkan (maksimalisasi) harga politik lawan. Menjadikan harga politik lawan semakin mahal (semakin berisiko) merupakan strategi yang bisa digunakan partai politik guna memperoleh dukungan publik, sebab pemilih akan memilih partai atau kontestan yang memilih risiko atau harga relatif paling kecil. Menurut Lock dan Harris melihat tidak adanya pengenaan harga ketika orang melakukan proses pembelian produk politik. Hal inilah yang sering membedakan pembelian politik dengan pembelian komersial. Orang yang datang ke bilik suara tidak

akan dipungut biaya sepeserpun. Bahkan seringkali mereka diiming-imingi *reward* oleh para kontestan dalam bentuk uang atau fasilitas lainnya.

4. *Place*(tempat), tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Kampanye politik memang harus bisa menyentuh semua lapisan masyarakat. Sebuah institusi politik harus bisa mengidentifikasi dan memetakan struktur serta karakteristik masyarakat. Pemetaan ini dilakukan secara geografis. Identifikasi dilakukan dengan melihat konsentrasi penduduk di suatu wilayah, penyebarannya dan kondisi fisik geografisnya. Pemetaan juga bisa dilakukan secara demografis, dimana pemilih dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan, usia, kelas sosial, pemahaman akan dunia politik, kepercayaan agama, dan etnis.²⁸

Segmentasi atau pemetaan penting dilakukan mengingat institusi politik diharapkan dapat selalu hadir dalam berbagai karakteristik pemilih. Hadir tidaknya suatu institusi politik selalu diartikan sebagai keberadaan fisiknya di tengah-tengah masyarakat, misalnya melalui kunjungan ke daerah-daerah terpencil tau perbatasan. Kehadiran yang dimaksud yaitu apakah institusi politik tersebut mampu menjawab permasalahan yang dihadapi di masing-masing lapisan masyarakat. Institusi politik dituntut untuk bisa membuat program yang bisa memuaskan segenap lapisan masyarakat untuk bisa memperoleh suara sebesar mungkin.

²⁸ Firmanzah. 2003. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Hal 200-208

Smith dan Hirst berpendapat bahwa institusi politik perlu melakukan segmentasi politik. Ada beberapa hal yang menyebabkan institusi politik harus melakukan segmentasi politik. Pertama, tidak semua segmen pasar harus dimasuki. Hanya segmen pasar yang memiliki ukuran dan jumlah signifikanlah yang sebaiknya diperhatikan. Kedua, sumberdaya partai politik bukanlah tidak terbatas. Seringkali partai politik harus melakukan aktivitas yang menjadi prioritas utama mengingat keterbatasan sumberdaya. Ketiga, terkait dengan efektifitas program komunikasi politik yang dilakukan. Keempat, segmentasi ini perlu dilakukan dalam iklim persaingan politik.²⁹

Segmentasi dengan *positioning* adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Segmentasi sangat dibutuhkan untuk dapat mengidentifikasi karakteristik yang muncul disetiap kelompok masyarakat. Sementara *positioning* adalah upaya untuk menempatkan *image* dan produk politik yang sesuai dengan masing-masing kelompok masyarakat.³⁰

Marketing politik adalah pendekatan komprehensif dalam hal menyangkut cara sebuah institusi politik ketika memformulasikan produk politik, menyusun program publikasi kampanye dan komunikasi politik, strategi segmen untuk memenuhi kebutuhan lapisan masyarakat sampai ke perhitungan harga sebuah produk politik. Kondisi sosial budaya suatu wilayah geografis dan demografis juga harus diperhitungkan dalam segmentasi dan formulasi isu politik.

²⁹*Ibid.*, Hal 210

³⁰*Ibid.*, Hal 211

1.6 Tinjauan pustaka

Tinjauan pustaka merupakan peninjauan kembali pustaka-pustaka yang terkait. Dalam penelitian yang akan peneliti lakukan, peneliti menggunakan dua penelitian yang sejenis. Pertama, pada penelitian sebelumnya yang berjudul Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam Memobilisasi Pemilih di Kota Semarang Tahun 2014 oleh Ridho Satrio Hutomo dari Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2015. Hasil penelitiannya adalah dimana PDIP pada pemilu 2014 ingin menang mutlak dengan meraih 30 kursi di DPRD Kota Semarang. Strategi komunikasi politik yang dilakukan PDIP diantaranya ialah pendekatan sosial, komunikasi tatap wajah atau *face to face*, komunikasi dengan alat peraga, dan *roadshow* caleg.

Komunikasi politik tatap wajah atau *face to face* dijadikan sebagai senjata pamungkas dikarenakan pemahaman mereka bahkan dengan cara tersebut dapat mempererat hubungan partai dengan para caleg serta masyarakat Kota Semarang secara jasmani dan rohani. Kampanye masif melalui media dan pengenalan figur melalui alat peraga merupakan sebuah strategi sekunder bagi PDIP, bahkan meminimalisir kampanye menggunakan media ini atas dasar besarnya biaya yang harus dikeluarkan partai dan caleg apabila menggunakan strategi ini. Namun demikian, PDIP tetap menggunakan strategi standar seperti pemasangan alat peraga kampanye disetiap sudut kota untuk mengenalkan profil para caleg kepada masyarakat Kota Semarang. Dalam melaksanakan komunikasi politik tersebut, PDIP mempunyai aktor kunci diantaranya yaitu Ketua DPC PDIP Kota Semarang, Fungsionaris dan Kader Partai, serta Caleg dan Tim Sukses. Aktor-aktor tersebut

memainkan peran yang sangat penting sehingga PDIP mampu meraih 15 kursi di DPRD Kota Semarang. Mereka berhasil membangun 3 (tiga) kemampuan karakter dalam penyampaian pesan yaitu *good sence*, *good moral character*, dan *good will*.

Dalam pelaksanaan komunikasi politik tersebut tentunya PDIP menghadapi permasalahan baik itu internal maupun eksternal. Permasalahan internal diantaranya terbatasnya sarana dan prasarana penunjang kampanye PDIP. Sedangkan permasalahan eksternal diantaranya apatisme masyarakat terhadap permasalahan politik. Namun demikian, PDIP mampu mengatasi permasalahan tersebut melalui gotong royong internal partai.

Metode penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan kualitatif dengan penekanan pada dekriptif dan analisis. Dari penelitian tersebut, perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada fokus permasalahan. Penelitian sebelumnya meneliti tentang strategi komunikasi politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam memobilisasi pemilih di Kota Semarang Tahun 2014, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu faktor-faktor kemenangan anggota legislatif perempuan dari fraksi PKB dan PDIP pada Pemilu Tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan.

Kedua, penelitian berjudul Strategi Partai Demokrat dalam Pemenangan Pemilu Legislatif 2009 di Kota Semarang oleh Sutanto dari Universitas Negeri Semarang Tahun 2011. Hasil penelitiannya adalah Partai Demokrat dalam kemenangan pemilu legislatif 2009 di Kota Semarang menggunakan dua strategi.

Pertama, strategi komunikasi terdiri dari; (a) Jaringan kekuasaan tingkat lokal yaitu menghimpun kekuasaan mayoritas elite lokal di Kota Semarang untuk kemudian mengikatnya (baik secara sukarela ataupun melalui tekanan struktural), dengan memanfaatkan pengaruh elite secara luas, baik di struktural birokrasi, pengusaha maupun elite di lingkungan pendukung (*supporter*) sepakbola; (b) Sosialisasi dengan melakukan pencitraan (figur caleg) dan penguatan jati diri (*karakter partai*) terhadap masyarakat serta menyampaikan visi dan misi serta program Partai Demokrat; (c) Menghadiri atau mengadakan *event* dilingkungan masyarakat dengan menyampaikan program, kampanye atau sosialisai ke masyarakat (d) melakukan kampanye tertutup atau kampanye langsung dan kampanye terbuka atau kampanye tidak langsung; (e) *Money politic* dilakukan melalui kampanye terbuka atau tertutup. *Kedua*, yaitu pencitraan meliputi; (a) Figur pemimpin yakni Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) sebagai presiden, kepiawaiannya membangun citra (sebagai pemimpin yang santun, jujur serta pemurah (*benevolent*), yang menghegemoni masyarakat; (b) Citra Partai Demokrat dikenal sebagai partai yang besar, kuat, baik, membela rakyat, dan memiliki komitmen terhadap nasib rakyat kecil, peka terhadap persoalan yang dihadapi masyarakat. Dalam pelaksanaan strategi tersebut tentunya terdapat kendala-kendala yang dihadapi Partai Demokrat diantaranya yaitu ekonomi (keuangan), yakni dana atau biaya yang digunakan untuk kampanye, sosialisasi, kegiatan yang terselenggara (*event*) dan *money politic* ditanggung oleh caleg yang mencalonkan diri, partai hanya sebagai kendaraan politik.

Metode penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan kualitatif dimana data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Dari penelitian tersebut, perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada fokus permasalahan. Penelitian sebelumnya meneliti tentang strategi dari Partai Demokrat dalam pemenangan Pemilu Legislatif 2009 di Kota Semarang, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu faktor-faktor pemenangan anggota legislatif perempuan dari fraksi PKB dan PDIP pada Pemilu Tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan.

1.7 Operasionalisasi konsep

Operasionalisasi konsep dalam penelitian ini yaitu mengetahui apa saja faktor-faktor pemenangan anggota legislatif perempuan dari Fraksi PKB dan PDIP-Perjuangan melalui:

a. Partai politik

Mengetahui peran partai politik dalam rekrutmen, pencalonan hingga strategi pemenangan anggota legislatif perempuan dari fraksi PKB dan PDIP.

b. Figur calon

Mengetahui kualitas calon serta basis pendukung yang digunakan oleh anggota legislatif perempuan dari fraksi PKB dan PDIP dalam memperoleh dukungan masyarakat.

c. Dukungan

Mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemenangan anggota legislatif perempuan dari fraksi PKB dan PDIP.

Untuk bisa mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh anggota legislatif perempuan Fraksi PKB dan PDIP pada Pemilu 2014 sehingga bisa mendapat dukungan dari masyarakat, peneliti menggunakan Teori Marketing Politik. Dalam teori Marketing Politik menurut Firmanzah, terdapat 4 aspek yaitu *product* (produk), *promotion* (promosi), *price* (harga), *place* (tempat). Pertama, *product* (produk) dalam hal ini peneliti akan meneliti bagaimana produk yang ditawarkan oleh para anggota legislatif perempuan terpilih termasuk program-programnya untuk bisa memperoleh suara di masyarakat. Produk bisa berupa visi misi atau program kerja yang disampaikan kepada masyarakat sehingga masyarakat bisa tertarik. Kedua, *promotion* (promosi) digunakan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan oleh para anggota legislatif perempuan terpilih untuk mendukung program-program tersebut. Baik berupa iklan, hiburan maupun tatap muka secara langsung kepada masyarakat. Ketiga, *price* (harga) dimana penelitian ini akan mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing anggota legislatif perempuan untuk mendapatkan suara di masyarakat dengan melihat program-program yang tawarkan dan media promosi yang digunakan. Keempat, *place* (tempat) yaitu untuk mengetahui bagaimana anggota legislatif melakukan pemetaan wilayah dan melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan kontur wilayah yang berbeda-beda.

1.8 Metode penelitian

1.8.1 Desain penelitian

Desain penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang

bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.³¹

Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Format deskriptif kualitatif pada umumnya dilakukan pada penelitian dalam bentuk studi kasus.³²

1.8.2 Situs penelitian

Situs penelitian merupakan lokasi dari objek penelitian dimana peneliti dapat memperoleh data, informasi bahkan fakta-fakta sesungguhnya yang mampu menjawab permasalahan. Penentuan situs penelitian harus tepat agar dapat mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan memperoleh data. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di Kabupaten Pekalongan.

³¹Haris Herdiansyah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika. Hal 9

³²Burhan Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana. Hal 68

1.8.3 Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah orang, sekelompok orang atau organisasi, benda dan sesuatu hal yang menjadi sumber informasi penelitian. Subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.³³ Peran subjek penelitian menjadi sangat penting dalam sebuah penelitian karena menentukan keberhasilan seorang peneliti dalam mendapatkan informasi atau data untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah sebagai berikut:

1. Anggota DPRD perempuan fraksi PKB dan PDIP (Terpilih)
2. Tim pemenangan atau jaringan
3. Partai politik (PKB dan PDIP)
4. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Pekalongan
5. Panwaslu Kabupaten Pekalongan

1.8.4 Sumber data

Sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 (dua) sumber data, yaitu:³⁴

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang paling utama. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan atau narasumber yang relevan dengan

³³Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010, Hal. 132

³⁴Suharsimi Arikunto. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 144

masalah penelitian. Data primer juga sering disebut sebagai data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber datanya oleh peneliti. Data primer dapat dikatakan pula sebagai data yang asli. Sumber dari data primer dapat diperoleh antara lain melalui wawancara langsung dengan narasumber atau informan terkait, observasi langsung dan *Forum Grup Discussion (FGD)*. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh sumber data primer melalui wawancara langsung dengan narasumber.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung dari data primer. Data sekunder dapat disebut pula sebagai data tidak langsung. Data ini dapat diperoleh melalui dokumen-dokumen serta literatur-literatur yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian.

1.8.5 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.³⁵ Dalam konteks ini untuk menjawab permasalahan penelitian, peneliti menggunakan 2 (dua) teknik pengumpulan data, yaitu:

³⁵Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. Hal 224-225

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan.³⁶ Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai narasumber-narasumber yang terkait dengan faktor-faktor kemenangan anggota legislatif perempuan fraksi PKB dan PDIP pada Pemilu tahun 2014 di Kabupaten Pekalongan.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mencatat sejarah-sejarah atau hal-hal penting yang berhubungan dengan objek penelitian. Data yang terkumpul dapat berupa surat, laporan, foto, dan lain sebagainya.

1.8.6 Analisis dan interpretasi data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan

³⁶Burhan Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana. Hal 111

yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁷

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles and Huberman. Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:³⁸

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan kekeluasaan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Dengan mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan.

b. *Data Display* (Display Data)

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam hal ini, Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

³⁷ Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 244

³⁸ *Ibid.*, Hal 246-252

c. *Conclusion Drawing* / Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat pula berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

1.8.7 **Kualitas data**

Kualitas data dalam penelitian kualitatif biasanya dilakukan dengan metode triangulasi. Uji keabsahan melalui triangulasi ini dilakukan karena dalam penelitian kualitatif, untuk menguji keabsahan informasi tidak dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistik. Oleh karena itu, sesuatu yang dianggap benar apabila kebenaran itu mewakili kebenaran orang banyak atau kebenaran *stakeholder*.³⁹ Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.⁴⁰

Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi dengan sumber. Triangulasi dengan sumber menekankan pada perbandingan dan pengecekan kebenaran informasi yang telah diperoleh dari satu sumber dengan sumber yang lain. Dengan hasil pengecekan tersebut, peneliti dapat mengetahui kualitas data yang diperoleh dengan penelitian tentang peran jaringan dalam

³⁹Burhan Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana. Hal 261

⁴⁰ Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 273

pemenangan calon anggota legislatif perempuan fraksi PKB dan PDIP pada pemilu legislatif tahun 2014 Kabupaten Pekalongan.